

三重県いなべ市 第3期SDGs未来都市計画
(2026～2030)

三重県いなべ市

< 目次 >

1 将来ビジョン	
(1) 地域の実態.....	2
(2) 成果と課題.....	6
(3) 2030年のあるべき姿.....	7
(4) 2030年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット.....	9
2 自治体SDGsの推進に資する取組	
(1) 自治体SDGsの推進に資する取組.....	12
(2) 情報発信.....	16
(3) 普及展開性.....	17
3 推進体制	
(1) 各種計画への反映.....	18
(2) 行政体内部の執行体制.....	19
(3) ステークホルダーとの連携.....	20
(4) 自律的好循環の形成.....	21
4 地方創生・地域活性化への貢献	22

1 将来ビジョン

(1) 地域の実態

地域特性



いなべ市は今、SDGs 大交流時代へと突入！

いなべ市は、こんなまち(地域特性)

東海エリアの奥に位置し、三重県の最北端、岐阜県及び滋賀県に接する、東西文化の交流地。

グリーンインフラ(※1)商業施設「にぎわいの森」を拠点に、緑を経済的・商業的に生かす「グリーンクリエイティブいなべ」のまちづくりで、カジュアル(※2)な持続可能性を追求している。

面積:219.83 km² 人口:44,973 人 世帯数: 18,075 世帯
人口密度: 204.58 人/k m² 高齢率:27.4% (R2年国勢調査)

・鈴鹿山脈の麓、自然の神秘に満ちている

滋賀県と分かつ鈴鹿山脈の麓、中央に流れる員弁川を挟んで田園地帯が広がる緑豊かなまち。キャンプやサイクリング等のアウトドアにも最適で、国内最高峰の国際自転車ロードレース「ツアー・オブ・ジャパン」のコースにも選ばれている。

市内の山裾にある緑豊かな青川峡キャンプパークはカモシカに出会える可能性のある、西日本有数の人気キャンプ場となっている。

※1 いなべ市における「グリーンインフラ」とは

約 58%を占める林地面積の多くが未活用となっているいなべ市では、先行例として、森林や自然の機能をうまく利用した商業施設「にぎわいの森」を建設した。土砂災害防止、地震減災、獣害予防等といった機能に加え、緑豊かで都市住民を魅了する付加価値があり、自律的好循環が成立している。

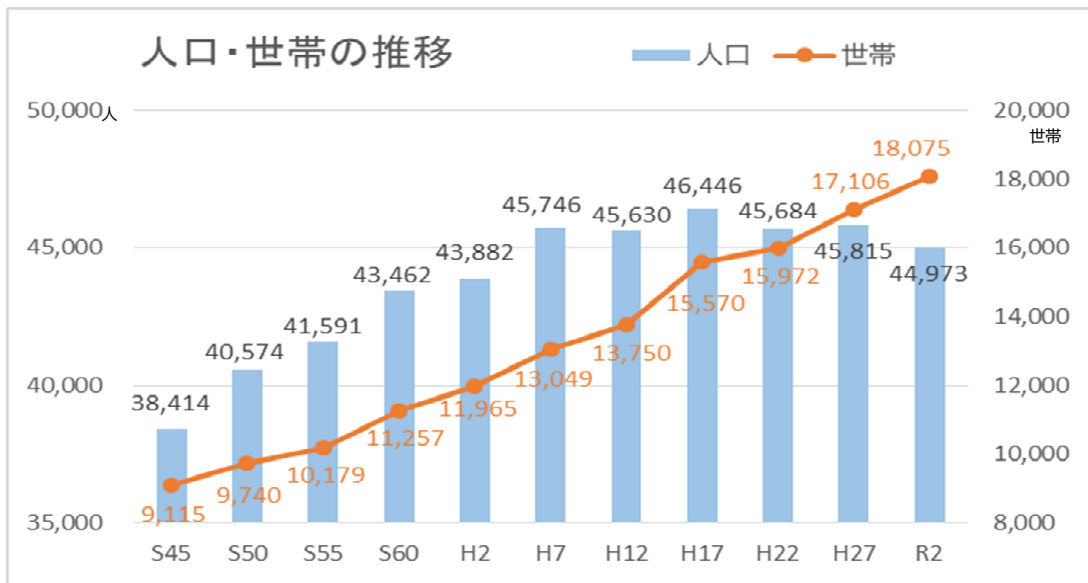
※2 いなべ市の SDGs 推進における「カジュアル」の定義とは

SDGs 推進を論理的に三側面から説明するのではなく、「オシャレ」「かわいい」といった共感が生まれるデザインや事業を通して幅広い世代に訴求すること。格式ばらず、SDGs 事業に気軽に来場、参加したくなる機運を醸成する。

・名古屋から 50 分、京都から 90 分のアクセスが実現

2019 年 3 月いなべ市内に初となる IC として、東海環状自動車道の大安 IC が、2025 年 3 月には市庁舎のすぐ隣にいなべ IC が供用を開始。名古屋から車でのアクセスが 50 分と、さらによくなった。また新名神高速道路の開通により京都からも 1 時間半のアクセスが実現。関西までもぐっと近くなり、広域の交流が見られるようになった。

・人口は、ここ 10 年横ばいをキープ！

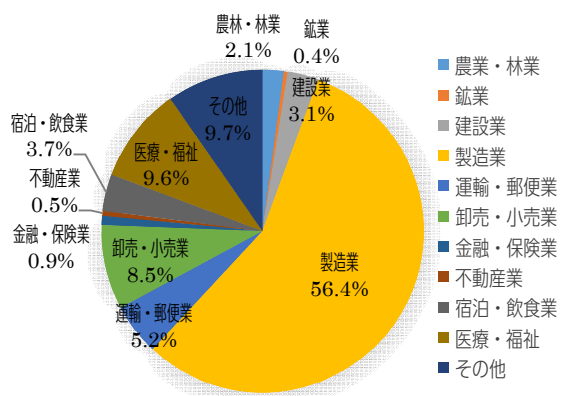


資料：国勢調査

・モノづくり工場が集まるまち

名古屋と関西からのアクセスのよさを活かし、昭和 8 年には太平洋セメント株式会社藤原工場が操業開始。その後、株式会社デンソー、トヨタ車体株式会社などを始めとする大手自動車関連企業等が進出。いなべ市全体の労働従業員数 (29,997 人) の約 6 割を製造業が占める。

産業別 従業者数 (事業所単位)



資料：経済センサス活動調査 (令和 3 年)

・地域資源 1 自律的好循環形成、グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」

2019年5月18日、市の新庁舎隣にグリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」がオープン。この施設は放棄地であった森林を有効活用して新庁舎建設と併せて建設し、いなべ市SDGsの拠点となっている。施設は木々の多くをそのまま活用して景観あるいは装飾に利用し、もともとあった地形を利用して季節風を取り入れ、雨水を貯留できる造りとなっている。また貯留された雨水はトイレの水等に利用し、地中熱も活用してCO₂排出の削減に貢献。

にぎわいの森には、名古屋や大阪から客観的にトップクラスといえるパン屋、ホットドッグ屋、タピオカ等のカフェ、デリ・フードブティックの店舗が官民連携のもとで移住して集い、連日都市部から多くの来場者でにぎわっている。

地元の食材を活用し、SDGs施設だからこそできるオシャレな空間を演出し、都市住民を魅了している。

① 2019年度の「にぎわいの森」を除いたいなべ市の総観光入込客数	410,764人
② 2019年度の「にぎわいの森」のみの入込客数 (5月18日オープン～2020年3月末)	441,487人

・地域資源 2 にぎわいの森を核とした官民連携SDGsのまちづくり

にぎわいの森ではSDGs施設だからこそできる自然や環境によく、カジュアルなまちづくりを開始。このコンセプトを「グリーンクリエイティブいなべ」として市内外へアピールし、共鳴したプレーヤーがカジュアルな店舗をオープンさせるなど、新たなムーブメントが起きている。

・地域資源 3 (2019年9月)全国6番目となるフェアトレードタウンに認定

いなべ市では2019年9月、全国で6番目となるフェアトレードタウンに認定された。今後も、市民、企業、商店、地元金融機関、行政が一体となってフェアトレードの輪を広げ、不利な立場、弱い立場におかれた途上国の生産者の自立や地産地消、地域経済の活性化にも貢献する。

今後取り組む課題

・減災のため、荒廃した山林のグリーンインフラ化とビジネス好循環化

いなべ市では約 58%を占める林地面積の多くが未活用となっている。それに伴い、市内の獣害も深刻化し、農業従事者の高齢化とあいまって森林の荒廃化が進む。異常気象による災害対策も含めて、「にぎわいの森」を先駆例とした森林放棄地のグリーンインフラ化として活用し、民と連動した、民間主導によるビジネスの創出、好循環化へつなげていく。

・若者の流出防止と移住促進、起業に向けた、カジュアルな地方都市化

いなべ市では大手製造業の成長と雇用の確保がある一方で、関連企業、小売、建設及び運送などの中小関連企業は廃業が進んでいる。市内の若者は高校、大学進学時に市を出て、そのまま市外に就職する傾向が強い。

ソリューションとして、グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」をきっかけに、SDGs だからこそできる自然や環境にいいカジュアルなまちづくり「グリーンクリエイティブいなべ」を深化し、「にぎわいの森」を広域化させることが重要である。具体的には、眠ったままになっている鈴鹿山脈の麓のロケーションや手付かずの景勝地、清流、食材、森林、竹林、草花といった地域資源について「にぎわいの森」を拠点に官民金連携で活用。資源循環型のワークショップやマッチング、大都市での販路を開拓し、その交流から地域の若者や移住希望者による商品・サービス化や出店を促進する。

「いなべの SDGs=オシャレでカッコいい」という意識が生まれる事業を加速し、若者の流出防止と移住促進、そしてその先の起業へとつなげる。

・空き家と市内経済空洞化の解消、多様性のある雇用の創出

空き家が増加するいなべ市では、2019 年 10 月、三重県古民家再生協会と連携協定を締結し、この問題を解消しようと取組を始めた。この動きを促進し、空き家を活用して地場産品による出店等を後押し。移住者に多様性のある雇用とビジネスチャンスを生み出す。またフェアトレードタウンとして市民にエシカル消費(倫理的な消費)を促し、フェアトレード商品購入や地域商店利用を促す海外の取組「スモール・ビジネス・サタデー」を導入。市内経済の空洞化を解消する。

(2) 成果と課題

・ P12 以降の自治体SDGsの推進に資する取組で後述するが、第 1 期及び第 2 期では SDGs 普及啓発、官民連携プラットフォーム化としてイベント実施回数を目標としてきた。その目標に向けて計画的に実施してきたことにより、官民連携のプラットフォームが構築されたため、指標を更なる推進のため SDGs 推進パートナー数(累計)に変更した。

SDGsを市内事業者へ推進するため、自身の業務とSDGsとの関連性を認識する「いなべ市版SDGsチェックシート」を活用し、取組を実践する事業者を「いなべSDGs実践取組事業者」として認定している。また、市と連携し、SDGsの推進に積極的に取り組む企業や団体を「いなべSDGs推進パートナー」として認定している。

個々の特性をいかした多様性の確立においても、イベント実施による普及によりマイルドは向上したため、今後は実績のカウントとして、フェアトレード商品取扱店舗数を指標とする。

災害から市民を守るまちづくりにおいては、カートラベル敷地整備による駐車可能台数を指標としていたが、目標数を確保することができたため指標からは削除した。

・ 前述のいなべSDGs推進パートナーとともに、INABE SDGs 4T PROJECT として、4つの T(Touch「触れる:実際に手を動かし、ものづくりや体験を通じて学ぶ。」、Think「考える:体験を通じて得た気づきを深め、自分ごととして考える。」、To make「つくる:持続可能な社会に向けたアクションを自ら起こす。」、Tell「伝える:学んだことや感じたことを他者に共有し、広げていく。))を軸として、「日常生活・体験から気付きSDGs」をテーマに、企業と行政が連携して、おしゃれでカジュアルな体験型ワークショップを開催することで、SDGs の理念を市民に浸透させている。

・ いなべ市SDGsは、「グリーンクリエイティブいなべ」の活動を通し、グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」を拠点に、誰もが気軽に参加できるSDGsの推進を目指している。「にぎわいの森」への来場者数は、R6 年度は 338,858 人となり、多くの人でにぎわう拠点となっている。

そこには、自然環境を活かした空間で、地元食材を使用した飲食店や物販施設が集まり、訪れる人々に「おいしい」、「心地よい」と感じてもらえるような体験を提供して、SDGs の理念を直感的に伝えている。

・ 上記成果はあるものの、推進パートナーの認定は未だ39団体と、市内に広く浸透しているとは言えない。

今後パートナーとなる事業者を増やすこと、体験できる施設を増やすことで、行政とともに SDGs の理念を、ワークショップ、飲食店及び物販施設での体験を通じて市民に直感的に伝えることができるモノ・コト・トキが必要である。

(3) 2030年のあるべき姿

SDGsのゴールとして設定されている2030年、いなべ市はすでに先行的成果を出している「にぎわいの森」を足がかりに、森林資源を有効活用したグリーンインフラ商業施設を鈴鹿山脈の「山辺※3」まで民間主導で量産する。牧場併設型の乳製品直売施設や、山の景観・木々をそのまま活用したグランピング施設、ハンモックによるインターネットカフェ施設等、移住者や市民が運営できるように地元金融機関と連携して実現。いなべ市ならではの持続可能で自律的好循環を生み出すカジュアルなスモールビジネスとライフスタイルを確立する。

そして湘南・鎌倉をモチーフに、SDGs 未来都市として「海辺といえば鎌倉・湘南、山辺といえばいなべ市」というイメージ付けを国内外に浸透。フェアトレードタウンとして途上国の生産者や、若者、高齢者、障がい者等“誰一人取り残さない”地方都市であることを世界に訴え続け、地方だからこそ、個性と個性がつながる多様性あるまちづくりの先導的役割を担う。

※3 「山辺」の定義とは

山の麓。鎌倉・湘南の海辺を連想、関連付けるイメージとして、いなべ市では里山や麓ではなく「山辺」という言葉を用いる。里山よりは広いイメージで、気候的に鈴鹿山脈の影響を受け、視覚的に山の存在を強く感じられる場所を指す。

・いなべ版地方創生 SDGs「グリーンクリエイティブいなべ」の体系的具現化

①いなべ版フェアトレード&SDGs 推進団体の「登録」及び「認証」を日本中に！

いなべ市は今後、市民団体や企業などを対象にした市オリジナルのフェアトレードと連動したSDGs 推進登録・認証制度を開始。軌道に乗ったその先には、対象を市内から日本全体へと拡大する。認証のブランド力を求めて日本中から申請が来る状況が実現する。

ただし、いなべ市SDGs 登録・認証はSDGs 推進に資する活動すべてを対象とせず、あくまでいなべ版オリジナルとして、「フェアで、自然と向き合い地域資源活用によるカジュアルなまちづくり」に合致するものを対象とする。

②官民金連携、グリーンインフラ施設量産による山辺までの広域観光地化

鈴鹿山脈の麓にあるいなべ市では、地元の若者や金融機関、地域振興の関係団体と連携し、むき出しの地域資源や自然をそのまま生かした環境にやさしいグリーンインフラとしてスモールビジネスのモデルを山辺に構築。若者が起業・出店しやすい場所を設けることで、夏の海辺のような活況とブランド力を山辺で実現する。(SDGs 未来都市として「海といえば鎌倉、山といえばいなべ市」というイメージ付け)

中心地既設の「にぎわいの森」と山辺に集う新たなグリーンインフラ施設群が両輪となってにぎわい創出を継続化する。「いなべのSDGs＝オシャレでかわいい」とイメージが根付き、市内広域回遊、滞在時間増加に成功。環境・社会に配慮しながらも経済的な発展を実現する。

③自然に向き合うライフスタイルの定着化。若者の移住増加

地域資源を活用・循環させ、個々が自然と向き合う暮らしを満喫しようとする「グリーンクリエイティブいなべ」のコンセプトに共鳴して都会から移住者が増加。周辺でも空き家活用による衣・食・住のカジュアル店舗が増加し、地方創生SDGsのモデル都市として国内外に知られるようになる。



・個々の特性をいかし、フェアで自己実現できる地方都市へ。多様性の確立

フェアトレードタウンとしてコーヒー、チョコレート、バナナなどフェアトレード商品の購入や、地域資源を活用した地産地消を促すエシカル消費(倫理的消費)が市民に定着。お金の域外流出を少なくし、地域経済の活性化が実現する。

また、地域資源をカジュアルに生かし、市民が個々の特性でつながって、起業や市民活動、社会奉仕などを展開。市はその市民が主役となれるステージづくりを実践する。

従来の行政の枠組みに捕われないいなべ市のチャレンジング・スピリッツで、多様性を「許容」とする領域を飛び出し、「経済的な活用」として出店・起業化をプロデュース。地方ならではのつながりで市民が個性豊かに稼げる環境を整備する。

(4) 2030年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット
(経済)




ゴール、 ターゲット番号		KPI	
 8.3 8.9	指標: 商工会への加入団体数		
	現在(2025年3月): 978 件	2030年: 996 件	
 9.1 9.4	指標: にぎわいの森来場者数		
	現在(2025年3月): 年間 338,858 人	2030年: 年間 365,000 人	

(選定理由)

SDGsの達成に向け、森林放棄地を活用したグリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」を拠点、先導例として、**鈴鹿山脈の山辺に自然や地域資源を活用した「遊び」ゾーンを、官民金連携で設置。**具体的には、移住・出店希望者と市民、地元の金融機関、行政・まちづくり団体らが連携して放棄された山辺に、グリーンインフラとして自然活用のアクティビティや地元食材の飲食、地域資源活用の商品販売などの店舗群を構成する。

「にぎわいの森」のノウハウを生かして地域資源をうまく活用したカジュアルで持続可能なまちづくり(グリーンクリエイティブいなべ)を継続的に行い、「海といえば鎌倉・湘南、山といえはいなべ」という都市ブランドを確立。山辺が海辺のように都市からの若者でにぎわう遊びの商業ゾーンへと変貌を遂げる。その経済波及効果で、市内各所にも新規出店が増加し、広く市全体が発展していくため、ターゲット 8.3、8.9、9.1、9.4 を選定した。

(社会)

ゴール、 ターゲット番号	KPI		
 4.2 4.3 4.4	指標: 中学3年生の社会参画への意思 (肯定的回答生徒数/総生徒数)		
	現在(2025年3月): 84.1%	2030年: 92.0%	
	 4.a 10.2 17.17		
 11.3 11.7	指標: 子育て支援センター利用者数(各年延べ)		
	現在(2025年3月): 30,479人	2030年: 31,000人	

(選定理由)


SDGsの取り組みを進めるいなべ市では2020年1月、「モリサワフォント」として知られるフォント製造事業者、株式会社モリサワと連携協定を締結。子どもから高齢者、弱視、ディレクシア(読みの障害)の人たちなど、あらゆる人が読みやすいモリサワの「UD(ユニバーサルデザイン)フォント」を市役所や市内小中学校等に導入した。またモリサワ社員が講師となって、職員を対象に見やすく伝わりやすい公文書の書き方の講座を開催。

さらに学校の現場では、2017年から電子黒板やタブレット端末などのICT機器とICT機器活用支援員の配置の両面で教育環境整備を進め、発達障害の認知向上や理解の促進に取り組んでいる。

フェアトレードタウンとして、利己心よりも立場の弱い人に向き合おうとするいなべ市では、多様性を確立し、個々の特性を生かしたカジュアルなまちづくりをさらに展開するためにUDフォントを市内団体や企業へ導入を促進。ICT利用を拡充させ、個々の特性を活かしたプランニング、デザイン作成をできる場を提供するため、ターゲット4.2、4.3、4.4、4.a、10.2、17.17、11.3、11.7を選定した。

また先行まちづくり事例である「にぎわいの森」では、さらに子どもが憩えるよう2019年9月、キッズスペースを設置。また2020年2月にはベビーカーや車椅子の人たちが利用しやすいよう、通路の凹凸等をなくすインフラ工事を実施した。今後の自然活用のカジュアルなまちづくりでも、バリアフリーを徹底するため、ターゲット11.3、11.7を選定した。

(環境)

ゴール、 ターゲット番号	KPI	
 12.2	指標: 森林整備実施面積(累計)	
	現在(2025年3月): 14ha	2030年: 120ha
	15.2	
15.4		
		

(選定理由)

先行事例である「にぎわいの森」と同様、森林放棄地を活用して、官民金連携による、山辺のグリーンインフラ商業ゾーンを設置する。「にぎわいの森」は立地上、市の中心地にあるが、次のゾーンとして市が目論むのは市の居住エリアにおける西端である、鈴鹿山脈の山辺である。山辺は放棄地が多いが利用可能な資源も多く眠り、牧場や乳製品の製造、グランピングサイト、アクティビティ、景観と木々を利用した空間のリラックスできるコ・ワーキング・スペースなど、可能性を秘めている。

異常気象による土砂災害や生態系の維持、獣害といった課題を解決するためのグリーンインフラとして、山辺に若者を呼び込む施設を建設するため、ターゲット 12.2、15.2、15.4を選定した。

2 自治体SDGsの推進に資する取組

(1)自治体SDGsの推進に資する取組

【全体の概要イメージ「グリーンクリエイティブいなべ」】




SDGs でつながる中心市街地から山辺までの広域回遊実現へ



いなべ市はヒトやモノ、コト、トキを含めた広義での地域資源を活用し、ビジュアルやデザイン性の優れた商材化と情報発信、移住・カジュアル店舗出店促進を行う、これまでの「グリーンクリエイティブいなべ」を深化させ、体系化する。

この「グリーンクリエイティブいなべ」のシンボルとして成果を収めている「にぎわいの森」のノウハウをフルに活用。個々の特性、個性を活かし、多様性のある活躍の自己実現の場を確保し、市内各所の森林放棄地や空き家、獣害、僻地の過疎化といった課題を解決する。さらには市内広域の回遊化として、これまでの官民に金融機関を加え、グリーンインフラ商業施設ゾーンを市内に建設し、自律的好循環を生み出す。(この全体のうち、山辺におけるグリーンインフラにおけるハードとソフトの整備部分が自治体 SDGs モデル事業となる。)

①いなべ版 SDGs の普及啓発、官民連携プラットフォーム化

ゴール、 ターゲット番号	KPI	
 8.3 8.9 16.6	指標:SDGs実践取組事業者数	
	現在(2025年3月):164 者	2030年:195 者
 16.7 17.17	指標:SDGs推進パートナー数(累計)	
	現在(2025年3月):39 団体	2030年:57 団体
 17		

・いなべ SDGs 官民連携のプラットフォームとなる、まちづくり組織の設立

いなべ市では、官民金が連携して SDGs 推進に資するまちづくりや、地域商社機能、DMO 機能を備えた活動をすることで、にぎわいの森を核とする市内全域を活性化させようと、まちづくりを担う一般社団法人を設立。

この組織は、行政が脱しきれない現状を打破。基盤施設の建設、地域商品の開発、個性ある市民をつないでプロデュースすることによる販路開拓、イベント開催、移住促進などのまちづくりを積極的に行う。(既計画認定済・地方創生推進交付金事業)

・市民対象の SDGs 研修及び懇談会を実施

市内企業や地元金融機関、市民活動団体、農業生産者、まちづくりを担う民間団体といった組織の枠組みを超えたメンバーが研修や懇談会を開催し、連携の下地をつくる。



・SDGs実践取組事業者及びSDGs推進パートナー

いなべ市版SDGsチェックシートを活用し、取組を実践する事業者を「いなべSDGs実践取組事業者」として認定。また、市と連携し、SDGsの推進に積極的に取り組む企業や団体を「いなべSDGs推進パートナー」として認定。これらの認定制度を通じて、地域全体でのSDGsの理解と実践を促進し、持続可能な社会の実現を目指す。

・にぎわいの森及び市内各所における SDGs 普及啓発イベントの開催

いなべ市の SDGs 拠点であり、多くの人を訪れる「にぎわいの森」を基点に市内各所で「フードロス削減のためのサルベージパーティ」等の SDGs 推進普及イベントを開催する。

②いなべ版 SDGs「グリーンクリエイティブいなべ」の体系化

ゴール、 ターゲット番号	KPI	
 8.3	指標：観光レクリエーション入込客数	
	8.9 9.1	現在(2025年3月): 年間 590,699 人
 9.4		

・にぎわいの森及び市内に、グリーンインフラによるアドベンチャー遊具の設置

これまでになぎわいの森は食と農のSDGsブランド化で注目を集めてきたが、さらに深化し、あらゆる人にやさしいエンターテインメント施設へと変るため、にぎわいの森の中に木々や経験をそのまま利用した大型アドベンチャー遊具を設置する。

さらにこの施設を市内の森林放棄地にグリーンインフラとして複数設置し、安全性を強化。「いなべの森＝ワクワクする」というイメージのもと、都市部から人を呼び込む。

・自然に向き合った「いなべライフスタイル」のPRによる若者の移住増加


個々が特性を生かして地域資源を活用・循環させ、自然に向き合った暮らしを満喫しようとする「グリーンクリエイティブいなべ」のコンセプトを広く周知するパネル展示や、動画、冊子の広報ツールを充実化。さらに三大都市圏に出展し、いなべならではの地域の商品や商材を販売して、いなべで暮らす魅力を、都市住民にダイレクトにアピールする。

グリーンクリエイティブいなべのコンセプトに共鳴して都会部から移住者が増加することで、空き家活用による衣・食・住のカジュアル店舗が増加する。

・官民金連携によるグリーンインフラ施設量産による山辺までの広域観光地化

鈴鹿山脈の麓にあるいなべ市では、地元の若者や地元金融機関、まちづくり組織と行政が連携し、森林放棄地の安全性強化と環境にやさしいグリーンインフラとして、スモールビジネスのモデルを市内中心部から山辺までかけて構築。最終的には牧場や地域食材による飲食店など、若者が起業・出店しやすい場所を山辺に設けることで、夏の海辺のような活況とブランド力を山辺で実現する。(SDGs 未来都市として「海といえば鎌倉、山といえばいなべ市」というイメージ付け)

③個々の特性をいかした多様性の確立

ゴール、 ターゲット番号	KPI	
 10.2	指標:フェアトレード商品取扱店舗数	
	現在(2025年3月):37店舗	2030年:43店舗

・エシカル消費(倫理的消費)の普及、定着化

フェアトレード商品や地域資源を活用したいなべ市の商品の購入、アウトサイダー・アートによる商品活用、地産地消など、消費を通して誰一人取り残さない教育活動を展開。合わせて貨幣の域外流出を少なくし、地域経済を活性化させる。

市民団体「いなべフェアトレードタウン」と活動を共にして普及、定着化の促進を図る。

・UD(ユニバーサルデザイン)フォントの市内普及、ICT 拡充により個々の特性を伸ばす

令和2年1月、いなべ市はフォント製造業者、株式会社モリサワと連携協定を締結。子どもから高齢者、弱視、ディレクシア(読みの障害)の人たちなど、あらゆる人が読みやすいモリサワの「UD(ユニバーサルデザイン)フォント」を市役所や市内小中学校等に導入した。

また、すでに市で進めているICT教育を含めて、行政や学校だけでなく、市内事業者にも普及するよう研修会を実施し、誰もが自分の特性を伸ばして活躍できる環境を整えた。

・個性あふれる地域おこし協力隊員受入による地域の多様性の確立

いなべ市では2015年から地域おこし協力隊員を募集し、64名の隊員を委嘱した。2023年2月現在では11名の隊員が活動している。さまざまなキャリアや個性を持った人たちが都市圏からいなべ市へ移住し、その特性を存分に発揮して地域振興や閉校した小学校の活用など幅広く活躍している。

いなべ市では2021年度以降、このよそ者を受け入れる地域の多様性と、個々の隊員の活動をSDGsの17のゴールに体系化し、隊員個々が連携していなべ市SDGsの普及を図っている。今後は委嘱期間が終わったOB・OGの力も借りながら、多様な地域活動を提供していく。

(2) 情報発信

(域内向け)

・いなべ SDGs 官民連携懇談会(意見交換会)

本構想策定に先立ち、市内企業、団体、生産者、消費者らステークホルダーを集めたいなべ SDGs 官民連携懇談会(意見交換会)やヒアリングを既に実施している。

今後は本構想の具体化や連携を進め、進捗報告を行う場として定期的な意見交換会の実施を継続する。

・コミュニティ放送局「いなべFM」の公開生放送による情報発信

2019年5月グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」オープン時に、すでにコミュニティ放送局「いなべFM」による公開生放送を実施し、情報を発信した。

いなべ市 SDGs の拠点となっている「にぎわいの森」では常に公開生放送ができる回線や電気などが設置されており、効果的なタイミングでいなべ市 SDGs の推進をアピールできる。

・三重県広報コンクールで特選・入選を多数受賞の広報誌「Link」で情報発信

県の広報コンクールで2013～2022年度の10年間で9回、特選または入選を受賞する、評価の高い広報誌「Link」で随時、情報を発信。読みやすいと市民からの評判もよく、全戸配布なのでこの広報誌に掲載することで広く市民周知が可能である。

・市のホームページや SNS による取組の周知

若い世代向けに、市ホームページのほか、市オフィシャルのインスタグラム、ツイッター等多様な SNS を組み合わせて効果的に市の SDGs 推進を PR していく。

(域外向け(国内))

・大手広域のマスコミ露出による情報発信

2019年の「にぎわいの森」オープン以降、マスコミから多数の取材を受け、月刊ソトコト、東海ウォーカー、東海じゃらん、月刊ケリー等の大手雑誌や、NHK 名古屋、名古屋テレビ、東海テレビ、CBC テレビ、中京テレビといった大手テレビ局のニュース・情報番組に露出することが実現。(すべて無料。)

グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」は東海エリアを代表する観光スポット化され、継続して取材の依頼がきている。

今後も、季節ごとに雑誌やテレビ、ラジオでお出かけ先として SDGs 拠点である「にぎわいの森」が継続して取り上げられることから、国内に広く情報発信できる。

・議会視察及び行政視察による情報発信

「にぎわいの森」オープン以降、議会視察及び行政視察が 62 件入っており、今後も SDGs 拠点として注目されることから、継続して多数の視察を受け入れる機会がある。その機会を通して随時、いなべ市 SDGs の取組をアピールしていく。

・SDGs 絵本動画「ラ〜ラ♪にぎわいの森」による情報発信

SDGs 推進の視点に立ち「にぎわいの森」を PR するため、誰も取り残すことなく伝わる SDGs 絵本動画「ラ〜ラ♪にぎわいの森」を制作し、2018 年 9 月に公開。

ナレーターを務めたのは、かわいい市内の小学生と三重県立いなべ総合学園高等学校の放送部と演劇部の生徒たち。BGM、作画ともに、地元いなべのアーティストが担当した。

インターネット動画サイトや市ホームページで公開され、今後も親しみやすい SDGs の啓発ツールとして発信していく。

(海外向け)

いなべ市では SDGs 地方都市として、誰一人取り残さない強い決意を世界へ発信しようと、2019 年 9 月、全国で 6 番目となるフェアトレードタウンに認定された。

今後も、市民、企業、商店、地元金融機関、行政が一体となって SDGs とフェアトレードの輪を広げ、不利な立場、弱い立場におかれた途上国の生産者の自立や地産地消、地域経済の活性化を国際社会へ発信していく。

(3) 普及展開性

(他の地域への普及展開性)

いなべ市の SDGs 推進に資する取組は、いずれも入り口に「大衆性」がある。

そのシンボルである SDGs 拠点のグリーンインフラ施設「にぎわいの森」は、全国から集結した人気店舗といなべ市ならではの食材が相乗効果となって、誰もが「おいしい！」と喜べる大衆的スポット。小難しく「グリーンインフラ」とは何かと講釈をたれるのではなく、直感でまず、この空間は自然がいっぱいでおいしく心地いいと、インプットするこの入り口が重要と考える。入り口で興味を持ってもらえて初めて、グリーンインフラや森林放棄地の強靱化への貢献、防災、SDGs 推進といった次の領域まで進める。

荒廃した森林の活用、若者の流出防止と移住促進、空き家と市内経済空洞化の解消といった課題解決に向けていなべ市が取り組む「グリーンクリエイティブいなべ」にも、まず「オシャレ」や「かわいい」といった大衆的な若者を巻き込む目線を入りに設けている。

大衆性とは、手法として、また発想として誰もができること。

難しく考えるのではなく、まず人に出会える機会を設けるものなので、自治体のみならず、広く民間企業や、市民団地まで柔軟な普及展開が可能である。

3 推進体制

(1) 各種計画への反映

すでに個別の戦略や計画に反映されたおり、SDGs 推進が反映される。詳細は以下のとおり。

①第3次いなべ市総合計画(2026 年度～2035 年度)

2026 年度から 2035 年度までの 10 年間を計画期間とする第3次いなべ市総合計画には、社会的潮流に対応した総合的な取組として「総合的取組事項」を位置づけ、その中で SDGs 未来都市いなべの推進を記載している。(2026 年 3 月策定予定)

②第3期いなべ市総合戦略(2026 年度～2030 年度)

総合戦略は、市の最上位計画である総合計画の中に位置づけられている。第3期総合戦略には、SDGs 未来都市いなべの推進を記載している。(2026 年 3 月策定予定)

③いなべ市広報戦略基本方針(2024 年度～2028 年度)

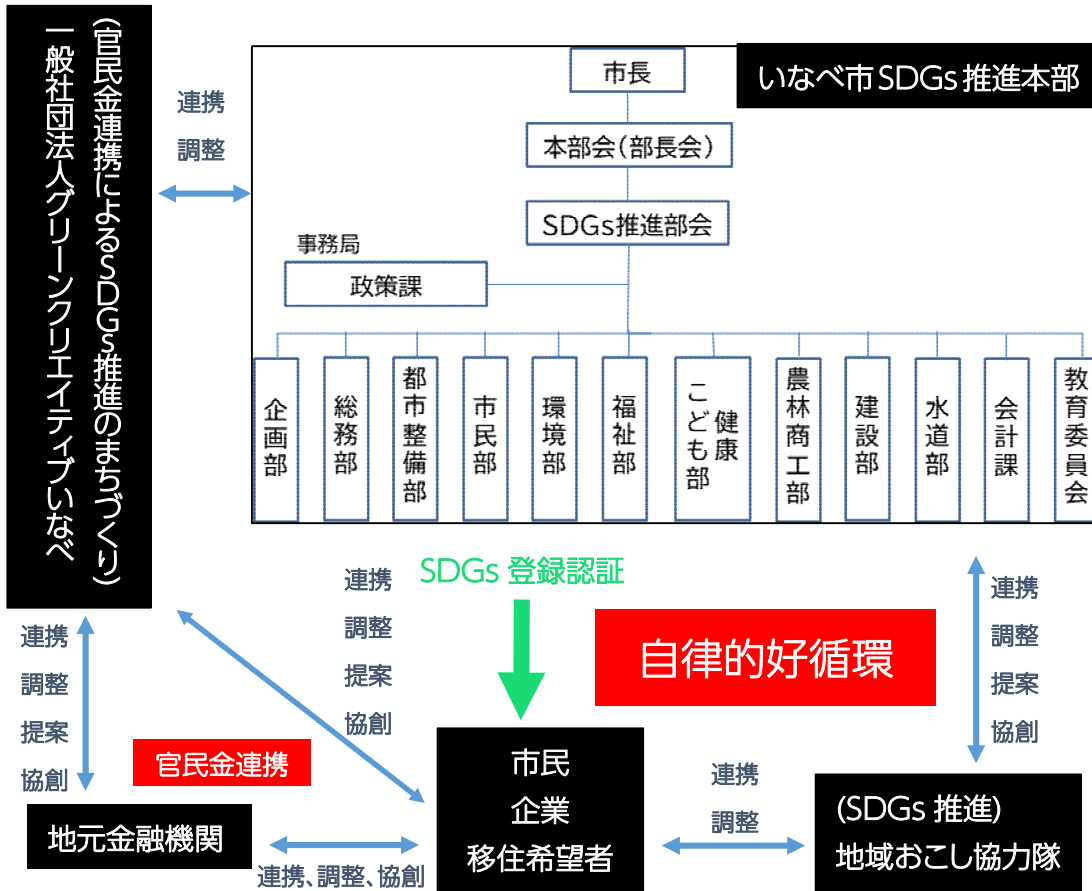
今後、いなべ市が取り組む広報活動全般の方向性を示す広報戦略基本方針は SDGs 推進をキーワードに明記し、いなべの魅力を誰一人取り残さず、あらゆる人に広報活動を進めることとした。(2024 年 3 月策定済)

④いなべブランド冊子(毎年発行)

いなべ市のあらゆる行政サービスのうち、注目を集めたり、評されたりするなどした市のブランド力を発信できるものを、毎年「いなべブランド冊子」としてまとめている。この冊子の重要な視点として SDGs 推進を明記した。(2025 年度版発行済)

(2) 行政体内部の執行体制

行政体内部の執行体制および各種ステークホルダーとの連携図



①いなべ市 SDGs 推進本部

推進方法や各部門の施策について検討し、総合計画・総合戦略や各種計画の中に SDGs の取り組みを明記し、市民や市民団体、経済団体等と共通認識の中で連携する体制を構築する。優れた行政サービスを SDGs 視点でまとめる「いなべブランド冊子」においてブランド化の審査、選定を行う。

②一般社団法人グリーンクリエイティブいなべ

2020年4月に設立したまちづくり組織。SDGs 商業施設である「にぎわいの森」といなべ市 SDGs によるカジュアルなまちづくりなどを官民金連携により行う。

③地域おこし協力隊

いなべ市では 2015 年から地域おこし協力隊員を募集し、68 名の隊員を委嘱した。2025 年 11 月現在では 9 名の隊員が活動していて、個性を活かして地域の人たちと協働でまちづくりを実践している。いなべ市では、2020 年度以降個々の隊員の活動を SDGs の 17 のゴールに体系化し、連携して SDGs 普及を図っている。

(3) ステークホルダーとの連携

域内外の主体

①市内のステークホルダー

市民、企業、金融機関及び NPO 等の団体ら、キープレイヤーであり、ステークホルダーの人たちとは、すでにいなべ市 SDGs 官民連携懇談会を開催し、協働でどんなことができるか、について話し合いの場を設け、今後も継続していく。

特に、グリーンインフラ商業施設等、カジュアルな SDGs まちづくり「グリーンクリエイティブいなべ」の理念を広く伝え、共鳴・共感の輪を広げ、協創へとつなげる。

②市外の移住希望者、潜在的な移住者、関係人口

移住のコンシェルジュを担う元地域おこし協力隊が、市内に移住体験ハウスを運営し、空き家解消に一定の成果を出している。またいなべ市における農村振興策としてのグリーン・ツーリズムの取組から、交流、関係人口が生まれており、その人たちは潜在的な移住者といえる。このつながりを生かし、いなべ市の SDGs のまちづくりに参加を促す。

国内の自治体

①三重県、滋賀県との連携

より広域な視点から三重県及び隣接する滋賀県との連携を図る。

②東員町との連携

定住自立圏構想を共にする東員町とは、いなべ市内だけでは人口規模の関係で完結が難しい医療や福祉、公共交通である三岐鉄道北勢線の支援事業などで連携している。

③東近江市との県境をまたぐ広域連携

すでにいなべ市は、鈴鹿山脈を挟んで隣接する滋賀県東近江市と地方創生における広域連携を実施している。この連携と森林の資源を生かした SDGs の取組を共有し、連携を強化する。

④岐阜県西濃エリア、三重県北勢エリアにまたがる自治体連携

いなべ市は西美濃・北伊勢観光サミットと呼ばれる、岐阜県西濃、三重県北勢にまたがる広域の観光連携に参加している。この交流で、誰一人取り残さないサービスを提案し、SDGs としての観光をいなべ市がイニシアティブをとって定着化させる。

海外の主体

いなべ市は SDGs 地方都市 2019 年 9 月、全国で 6 番目となるフェアトレードタウンに認定された。今後も、市民、企業、商店、地元金融機関、行政が一体となって SDGs とフェアトレードの輪を広げ、不利な立場、弱い立場におかれた途上国の生産者の自立や地産地消、地域経済の活性化を国際社会へ発信していく。また、世界中の認定自治体と共に、SDGs 未来都市構想やその取組について発信・連携を行う。

(4) 自律的好循環の形成（自律的好循環の形成へ向けた制度の構築等）

① いなべ版フェアトレード&SDGs 推進団体の「登録」及び「認証」

フェアトレードタウンに認証されたいなべ市は、SDGs 未来都市として、市民団体や企業などを対象にした市オリジナルの SDGs 推進登録・認証制度を開始。

2025 年 3 月現在で、SDGs 推進パートナー 39 団体・SDGs 実践取組事業者 164 団体が参加している。

軌道に乗ったその先には、対象を市内から日本全体へと拡大して、普及を図る。

② 「Inabe な人々」の選出と認定、そして取材記事によるネット配信

地域資源や地域産品を素材として自律的好循環を生み出す暮らしを体現している人たちを「Inabe な人々」として、いなべ市が選出・認定して、取材を実施。後日、公式ホームページや SNS を通じて配信している。2018 年から始まり、現在は「いなべ、暮らしを旅する。」と名前を変え、月に 1, 2 人（組、場所など）を選出して、紹介している。

この活動を今後も継続し、人、場所に焦点を当てて、地方で経済・社会・環境の三側面を意識した活動を紹介していく。

③ 官民金連携による SDGs 懇談会の継続

すでに民、企業、金融機関及び NPO 等の団体らと開催しているいなべ市 SDGs 官民連携懇談会を継続。いなべ市と連携協定を結んでいる 2 行に加え、他の 1 行にも参画を要請し、SDGs 私募債の活用や、まちづくりを担う民間団体への直接融資の可能性などを率直に話し合っている。

④ まちづくり組織の地域商社機能として、市内 SDGs スモールビジネス商材の代理販売

まちづくり組織「一般社団法人グリーンクリエイティブいなべ」が 2020 年 4 月に設立され、地域商社機能、DMO 機能といったまちづくりとして、にぎわいの森や、市内外で SDGs スモールビジネス商材の代理販売を開始予定。

自律的好循環を生み出すため、SDGs 実践事業者の後押しを行っている。

(将来的な自走に向けた取組)

森林放棄地を活用したグリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」を拠点、先導例として、地域商社機能やDMO機能を備えたまちづくりを官民連携で実施。活動を通してカジュアルなまちづくりに共鳴する市民や移住希望者を呼び込み、鈴鹿山脈の山辺までの市内広域観光回遊を実現する。

4 地方創生・地域活性化への貢献

(1) 荒廃した山辺のビジネス好循環化

いなべ市では約 58%を占める林地面積の多くが未活用であり、農業従事者の高齢化とあいまって森林の荒廃化が進む。本計画により災害対策も含めて「にぎわいの森」を先駆例とした森林放棄地のグリーンインフラ化として山辺を活用し、移住者を呼び込んで官民連携で遊びをビジネス化する。山辺をカジュアルなゾーンとすることで、従来の山のイメージを刷新。湘南・鎌倉の海辺とイメージが重なるようにいなべの山辺を PR し、にぎわいの森からの市内広域回遊を実現する。

(2) カジュアルな地方都市化

市内の若者は高校、大学進学時に市を出て、そのまま市外に就職する傾向が強い。

本計画により、未来ある若者こそ地方に住み、カジュアルで持続可能なライフスタイルを確立して発信する時代となったことをアピール。

グリーンインフラ商業施設「にぎわいの森」を入口とした、SDGs だからこそできるカジュアルなまちづくり「グリーンクリエイティブいなべ」を深化させ、このコンセプトに共鳴する人たちによる市内広域でのオシャレなまちづくりを実現する。「いなべの SDGs=オシャレでカッコいい」という意識が生まれる事業を加速し、若者の流出防止と移住促進、そしてその先の起業へとつなげる。

(3) 空き家の解消、多様性のある雇用の創出

本計画により、空き家を活用して地場産品による出店等を後押しする。

地域資源を、一人ひとりの特性に応じた商材化により、移住者に多様性のある生業や雇用、ビジネスチャンスを生み出す。

またフェアトレードタウンとして市民にエシカル消費(倫理的な消費)を促し、フェアトレード商品購入や地域商店利用を促す海外の取組「スモール・ビジネス・サタデー」を導入。市内経済の空洞化を解消する。

三重県いなべ市 第3期SDGs未来都市計画(2026～2030)

令和8年3月 策定